

ウ インバウンド推進のための受入環境づくり

- 11月13日にホテルメルパルク熊本で開催されたJTB主催のインバウンドセミナーに参加し、増加するインバウンドや在留外国人がストレスフリーで過ごせる地域内の受入環境整備の重要性への理解を深めました。
- 多様な食文化に対する理解促進として、2月25日に「食の多様化対応セミナー」を肥後銀行人吉支店にて開催しました。 執行額：172千円

【チラシ画像、セミナー時写真】



2 地域の「共創力」による観光地域づくりの推進

(1)人吉球磨版DMO確立事業 決算額：361,035円

観光地域づくりの推進役となる組織体制を構築に向け、人吉球磨版DMOの法人化及び財源確保について検討を進め、観光地域づくりの基礎となるシンクタンク機能を充実させるとともに、第2次定住自立圏共生ビジョンの策定に参画しました。

また、5月に（一社）秩父おもてなし観光公社から井上正幸事務局長を招聘し、定住自立圏からのDMOにいたる観光地域づくりの取組について講演をいただきました。

【講演時写真】



[主な取組]

ア 官民一体型の人吉球磨版DMOの形成

- 民間主導の組織体制を構築し、官民が一体となった観光地域づくりを進め、本協議会の法人化を検討するとともに、データベースを活用した研究や戦略作りのシンクタンク機能を持った組織体制の構築に取り組みました。

イ 自律的・継続的な事業推進に向けての財源の確保

- 市町村からの負担金や補助金、ランドオペレーター機能や地域商社機能による自主財源の確保など安定的な運営資金の確保について調査・検討を行い、第2次定住自立圏共生ビジョンに反映させました。

(2) 観光データ収集分析・PDCAサイクル運用事業

決算額：2,548,184円

科学的データに基づく質の高い観光地域づくりに向けて、来訪者のニーズに合った商品の造成や受入態勢の整備及び地域全体の意識向上に繋げるため、人吉球磨一体でのデータ整備や調査・分析に取り組みました。

[主な取組]

ア 人吉球磨が一体となったデータ収集・分析の実施

- 人吉球磨地域の全宿泊施設へ宿泊者統計調査の協力依頼・調査を行い月別、都道府県別、国別の集計を行いました。

【宿泊統計月別グラフ】



- 人吉球磨地域内の宿泊施設 8 施設、物産販売施設（3 施設）において、宿泊者、日帰り者アンケートを実施し、DMO形成・確立計画の必須K P I の基礎数値となる、「旅行者満足度」及び「リピーター率」の算出を行い、旅行者満足度：85.5%、リピーター率：65.7%であることが判明しました。

アンケート調査回答数 (単位: 件)

宿泊者アンケート	823
日帰り者アンケート	299

- 観光地域づくり戦略の重要目標でもある「地域住民の誇りと愛着」においては、地域内の住民 3,000 人へ郵送によるアンケート調査を実施し、「地域住民の誇りと愛着」は現状値：55.6%であることが判明しました。

誇りと愛着アンケートについて

実施期間	1/10～1/27
回答数	1,111件
回答率	37%

イ データ収集・分析における I C T の活用

- 総合ポータルサイトにおいて、月別の閲覧数（P V 数）及び訪問者数（U U 数）等の分析、観光ガイドアプリにおいては、スタンプラリーの参加者の月別、場所別の数の分析を行うなど、来訪者のニーズを把握するためにデータの活用を図りました。

総合ポータルサイト(人吉球磨ガイド)

(単位: 件)

年月	訪問者数	閲覧数
2019年4月	1,178	3,554
2019年5月	3,126	5,824
2019年6月	2,584	6,377
2019年7月	3,960	8,534
2019年8月	5,757	9,792
2019年9月	5,165	8,884
2019年10月	6,155	10,777
2019年11月	7,486	12,618
2019年12月	7,744	11,676
2020年1月	9,261	14,478
2020年2月	8,019	13,074
2020年3月	10,077	15,764
合計	70,512	121,352

2019年度

人吉球磨観光アプリダウンロード数

(単位: 件)

月	総計	iPhone	Android
7月	12	10	2
8月	93	59	34
9月	39	21	18
10月	47	29	18
11月	175	83	92
12月	155	81	74
1月	81	46	35
2月	80	59	21
3月	56	29	27
	738	417	321

温泉郷モバイルラリー応募実績

(単位: 件)

6か所(令和2年3月22日終了)	58
39か所(令和3年3月21日まで実施中)	3

※ 人吉球磨観光アプリ内に、温泉郷モバイルラリー機能を付加しています。

- 9月から1月にかけて、ビーコンを五木村（溪流ヴィラ I T S U K I）と錦町（ひみつ基地ミュージアム）へ試験的に導入し、来訪者の数及び属性（性別、年齢、居住地）を調査・分析しました。

【報告データ画像】



(3) 受入態勢づくり事業 決算額：238,728円

観光地域づくりを担う人材について、住民参加の着地型商品体験などを通じて域内における観光地域づくりの機運を醸成しました。

また、域内での交通機関等の連携や広域での他地域との連携を充実・向上させ、来訪者の快適な受入環境づくりに取り組みました。

[主な取組]

ア 域内における機運の醸成

- 地域の良さを再発見し、誇りと愛着の意識を高め、観光地域づくりへの参画を促すためフォーラムを開催しました（再掲）。

イ 快適な滞在・周遊ができる環境整備

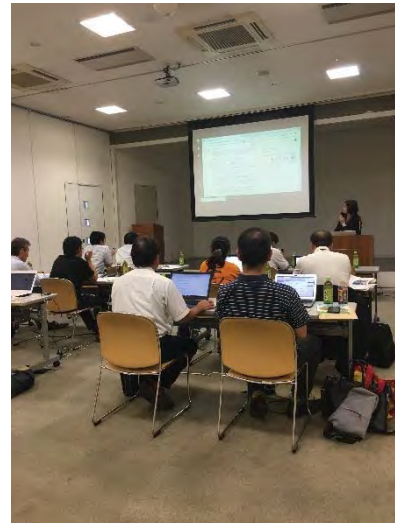
- 域内の回遊性を高めるため、6カ所のレンタサイクル事業所で乗り捨て利用を可能とし、二次交通アクセスの利便性向上に取り組みました。 執行額：96千円

【レンタサイクルチラシ画像】



- 観光客のスマートフォン利用を考慮して観光案内情報の充実に取り組むため、googleマイビジネス活用セミナーを9月14日、18日、25日の計3回実施しました。 執行額：39千円

【セミナーチラシ画像、セミナー写真】



ウ 広域での受入態勢づくり

- 他地域の日本遺産の取り組みの情報収集を図るため10月12日に開催された日本遺産サミットへ参加しました。

3 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の影響により中止等となったイベント等は以下のとおりです。

- 2月1日から3月22日の「人吉球磨は、ひなまつり」のイベント期間中、女性限定おもてなしサービスとして、協賛24施設に御協力いただきパンフレット掲示でランチのデザートなど飲食店を中心にサービスを実施するほか、3月3日限定イベントとして、33協賛温泉浴場で女性限定の100円入浴サービスの実施することになっていましたが、新型コロナウイルス感染拡大防止により中止としました。
- 3月7日に、SNSでの継続的な発信に向けて、若手事業者を対象として動画を活用したPR方法を学ぶ勉強会の開催を予定していましたが、新型コロナウイルス感染症対策のため中止としました。
- 相良三十三観音協議会が主催する「春の一斉開帳（3月20日）」について、新型コロナウイルス感染予防としてお接待を自粛されました。なお、開帳は実施されています。
- 3月22日に球磨川くだり人吉発船場で予定していた「人吉球磨は、ひなまつり」エンディングセレモニーとして、「流しびな（おひな様への感謝と今後更なるまつりの発展を願って、人間おひな様とまつり関係者が「梅花の渡し」の舟上から球磨川へ紙製（水に溶ける紙。）ひな人形で流しびなを行う。）」を実施することにしていましたが、新型コロナウイルス感染拡大防止によりイベントを中止としました。

（詳細な経過は、次ページのとおりに）

報 告

令和元年度(2019年度) 活動の主な経過

1 民間主導の観光地域づくりによる「稼ぐ力」の強化【マーケティング戦略チーム】

[チーム会議]

4月15日	第1回会議	(行政組合2階会議室)
4月18日	第2回会議	(行政組合2階会議室)
4月22日	第3回会議	(行政組合2階会議室)
4月25日	第4回会議	(行政組合2階会議室)
5月20日	第5回会議	(行政組合2階会議室)
5月27日	第6回会議	(行政組合2階会議室)
6月24日	第7回会議	(錦町役場)
7月22日	第8回会議	(行政組合2階会議室)
8月19日	第9回会議	(あさぎり町役場)
9月24日	第10回会議	(行政組合2階会議室)
10月21日	第11回会議	(錦町役場)
11月18日	第12回会議	(あさぎり町役場)
12月16日	第13回会議	(行政組合2階会議室)
12月18日	第14回会議	(くまりば)

(1) 人吉球磨ブランド戦略推進事業【人吉球磨ブランド部会】

[部会会議]

4月15日	第1回会議	(行政組合2階会議室)
5月15日	第2回会議	(行政組合2階会議室)
6月20日	第3回会議	(行政組合2階会議室)
7月18日	第4回会議	(行政組合2階会議室)
10月9日	第5回会議	(行政組合2階会議室)
1月7日	第6回会議	(行政組合2階会議室)

[ワーキンググループ会議]

7月9日	上球磨ワーキング準備会議	(湯前町役場)
7月10日	神社仏閣ワーキング準備会議	
8月5日	山江村ワーキング会議	(行政組合2階会議室)
8月8日	第1回上球磨ワーキング会議	(湯楽里)
8月29日	支援ワーキング会議	(五日町会議室)
8月30日	球磨村・相良村合同ワーキング会議	(行政組合2階会議室)
9月2日	神社仏閣ワーキング会議	(行政組合2階会議室)
9月7日	第2回上球磨ワーキング会議	(明導寺)
9月11日	姫ワーキング会議	(錦町会議室)
10月7日	第3回上球磨ワーキング会議	(明導寺)
10月23日	錦町ワーキング準備会(1回目)	(錦町役場)
11月18日	錦町ワーキング準備会(2回目)	(錦町役場)
11月18日	上球磨ワーキング会議	(明導寺)
11月20日	下球磨ワーキング会議	(相良村役場)
12月12日	錦町ワーキング会議	(錦町役場)
1月16日	人吉市ワーキング会議	(行政組合2階会議室)

〔全体の取組〕

7月 1日	佐藤アドバイザー コンサルティング業務委託契約締結	
7月 5日	第3回観光地域づくりフォーラム：長石DMO八代事務局長、小寺SMO南小国マーケティング責任者	(アンジェリーク平安)
8月 1日	大迫アドバイザー コンサルティング業務委託契約締結	
8月 9日	林 淳 愛知学院大学大学院教授 人吉球磨視察（～11日）	(人吉球磨圏域)
9月13日	第1回BASICS構築会	(行政組合2階会議室)
9月30日	第2回BASICS構築会	(錦町役場)
10月 8日	第3回BASICS構築会（市町村向け）	(錦町役場)
10月10日	第4回BASICS構築会	(錦町役場)
10月15日	第5回BASICS構築会（市町村向け）	(錦町役場)
10月28日	第6回BASICS構築会	(錦町役場)
11月11日	第7回BASICS構築会	(錦町役場)
12月 9日	第8回BASICS構築会	(錦町役場)
12月16日	人吉球磨ブランドコンセプト・ロゴマークPRポスター配布	
1月31日	新体制マネジメント方針・計画策定会議	(あゆの里)
2月 3日	観光ブランド戦略 成功への道セミナー	(中小企業大学校)
2月27日	商品開発研究会議	(錦町)
3月 4日	「三日月の姫」プロジェクト説明会	(行政組合2階会議室)

〔個別の取組〕

ア メッセージによる人吉球磨の認知度向上

(認知度向上)

4月 1日	広報ひとよし4月号掲載（第2回観光地域づくりフォーラム）
4月 1日	広報いつき4月号掲載（第2回観光地域づくりフォーラム）
5月22日	人吉新聞掲載（観光庁長官講演）
5月23日	熊日掲載（観光庁長官講演）
6月 7日	人吉新聞掲載（第1回理事会）
8月 1日	広報ひとよし8月号掲載（第3回観光地域づくりフォーラム）
8月 8日	広報たらぎ8月号掲載（第3回観光地域づくりフォーラム）
9月 3日	人吉新聞掲載（第2回理事会）
9月10日	人吉新聞掲載（三日月スイーツ募集）
11月29日	人吉新聞掲載（第3回理事会）
12月27日	人吉新聞掲載（臨時理事会・ポスター製作）
1月 6日	人吉新聞掲載（観光ブランド戦略成功セミナー告知）
1月15日	広報ひとよし1月号掲載（観光ブランド戦略セミナー周知）
2月 7日	人吉新聞掲載（観光ブランド戦略成功セミナー）
3月 1日	広報錦3月号掲載（観光ブランド戦略成功セミナー）
3月12日	広報たらぎ3月号掲載（観光ブランド戦略成功セミナー）

(参加者増加)

7月 5日	第3回観光地域づくりフォーラム：長石DMO八代事務局長、小寺SMO南小国マーケティング責任者
-------	--

(インナープロモーション)

12月16日	ブランドロゴマークポスター製作
2月 9日	くまがわ春秋2月号広告掲載
2月10日	JUNO2月号広告掲載

- 2月20日 どうぎゃん3月号広告掲載
2月25日 人吉新聞広告掲載

イ 人吉球磨ブランド商品(モノ・コト)の開発支援

- 5月1日 人吉球磨ブランドロゴマーク使用規程施行
5月20日 人吉球磨ブランドロゴマーク使用規程運用施行
7月22日 令和元年度人吉球磨ブランド商品開発支援事業助成金交付要項施行
7月22日 令和元年度人吉球磨ブランド新商品(スイーツ)開発コンテスト実施要領施行
11月15日 マインドフルネス×砂防堰堤ツアー (相良村)
1月9日 実戦 商品開発セミナー&コンサルティング (球磨地域振興局)

ウ 人吉球磨ブランドのプロモーション展開

- 12月25日 「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」ポータルサイト運用開始
2月20日 熊本日日新聞広告掲載
2月25日 Please(旅のライブ情報誌)3月号広告掲載
2月27日 月刊タウン情報クマモト3月号広告掲載

エ その他

- 5月17日 ひとよし球磨青年会議所例会 マーケティング戦略説明 (人吉商工会議所)
5月27日 人吉・球磨地域金融機関懇談会 観光地域づくり戦略説明 (あゆの里)
6月25日 知的財産権制度説明会出席 (熊本市)
7月25日 人吉球磨日本遺産活用協議会総会 観光地域づくり戦略説明 (球磨総合庁舎)
7月26日 人吉球磨地区商工連絡協議会総会 観光地域づくり戦略説明 (パルティール福寿庵)
8月9日 くま農業活性化協議会総会 観光地域づくり戦略説明 (鍋屋本館)
9月19日 上球磨4町村長と上球磨正副議長会との懇談会 観光地域づくり戦略説明 (あさぎり町役場)
10月29日 球磨地方森林組合連絡協議会総会 観光地域づくり戦略説明 (あゆの里)

(2) ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーン新展開事業【旬夏秋冬キャンペーン部会】

〔部会会議〕

- 5月16日 第1回正副部会長会議 (行政組合2階会議室)
5月20日 第2回正副部会長会議 (行政組合2階会議室)
5月27日 第3回正副部会長会議 (行政組合2階会議室)
6月14日 第1回会議 (丸恵本館)
7月12日 第4回正副部会長会議 (行政組合2階会議室)
9月17日 第5回正副部会長会議 (行政組合2階会議室)
9月26日 第2回会議 (行政組合2階会議室)
11月28日 第6回正副部会長会議 (さんぽカフェ)
2月26日 第3回会議 (行政組合2階会議室)

〔全体の取組〕

- 7月22日 誘客イベント等実施支援事業補助金交付要項改正施行

〔個別の取組〕

ア 着地型観光の磨き上げによる多様なツーリズムの推進

イ テーマ別着地型観光プログラムの開発支援

ア) 球磨川温泉郷事業

- 1 1月21日 モバイルスタンプラリーポスター配布開始
- 1 1月26日 温泉感謝祭 (青井阿蘇神社)
- 1 1月26日 モバイルスタンプラリー開始 (～3月22日)

イ) 着地型(アニメ・日本遺産・ラフティング)商品開発事業

- 5月 8日 「くまもつと観光地域応援社」登録 (熊本県観光連盟)
- 9月17日 「くまもつと観光地域応援社」モデル事業申請・採択 (熊本県観光連盟)
- 9月26日 「くまもつと観光地域応援社」モデル事業委託業務契約締結 (熊本県観光連盟)
- 1 10月31日 日本遺産人吉球磨の講演会 (47人) (県球磨総合庁舎)
- 1 11月27日 第1回日本遺産現地研修会 (21人) (青井阿蘇神社・上球磨)
- 1 1月30日 第2回日本遺産現地研修会 (青蓮寺・中球磨)

ウ 人吉球磨は、ひなまつり事業

- 6月27日 九州のひなまつり広域振興協議会総会出席 (福岡市)
- 7月24日 広域振興協議会第1回企画誘致宣伝委員会 (福岡市)
- 8月 2日 ひなまつり第1回関係者会議 (行政組合2階会議室)
- 1 10月29日 九州のひなまつり広域振興協議会臨時会出席 (うきは市)
- 1 11月 6日 広域振興協議会第2回企画誘致宣伝委員会 (うきは市)
- 1 11月 8日 ひなまつり第2回関係者会議 (行政組合2階会議室)
- 1 12月25日 九州のひなまつり広域振興協議会役員会出席 (うきは市)
- 2月 1日 人吉球磨は、ひなまつりオープニング (～3月22日) (人吉クラフトパーク石野公園)
- 2月27日 九州のひなまつり広域振興協議会視察研修 (鹿児島市)

エ 相良三十三観音一斉開帳支援事業

- 4月26日 相良三十三観音協議会総会 (県球磨総合庁舎)
- 5月 1日 観光地域づくり相良三十三観音一斉開帳支援事業助成金交付要項改正施行
- 7月22日 観光地域づくり相良三十三観音一斉開帳支援事業助成金交付
- 7月25日 相良三十三観音協議会と人吉観光案内人協会との意見交換会 (人吉商工会議所)
- 9月 2日 ポスター配布開始
- 9月20日 相良三十三観音めぐり 秋の一斉開帳 (～26日)
- 1 10月31日 相良三十三観音協議会全体会議 (県球磨総合庁舎)

オ くまもつと観光地域応援社事業

ア) DCキャンペーン関連

- 6月13日 県観光連盟・人吉温泉観光協会協議 (熊本市)
- 6月22日 熊本DCキャンペーンイベント参加 (～23日) (JR大阪駅)
- 7月 6日 熊本DCキャンペーンイベント参加 (JR博多駅)
- 7月 6日 熊本DCキャンペーンイベント参加 (～7日) (JR熊本駅)
- 7月20日 熊本DCキャンペーンイベント参加 (～21日) (JR大阪駅)
- 8月12日 県×西鉄旅行「熊本・人吉へ行こうよプロジェクト」inマークイズ福岡もち参加 (福岡市)
- 9月28日 熊本DCキャンペーンイベント参加 (～29日) (JR熊本駅)

イ) 着地型(アニメ・日本遺産・ラフティング)商品開発関連(再掲)

- 5月 8日 「くまもつと観光地域応援社」登録 (熊本県観光連盟)
- 9月17日 「くまもつと観光地域応援社」モデル事業申請・採択 (熊本県観光連盟)

9月26日	「くまもつと観光地域応援社」モデル事業委託業務契約締結	(熊本県観光連盟)
10月31日	日本遺産人吉球磨の講演会(47人)	(県球磨総合庁舎)
11月27日	第1回日本遺産現地研修会(21人)	(青井阿蘇神社・上球磨)
1月30日	第2回日本遺産現地研修会	(青蓮寺・中球磨)

カ サイクルツーリズム推進事業

4月24日	サイクリングinひとよし球磨実行委員会出席	(行政組合2階会議室)
7月25日	人吉球磨地域サイクルツーリズム推進協議会第2回検討委員会出席	(県球磨総合庁舎)
8月9日	人吉球磨地域サイクルツーリズム推進協議会総会出席	(鍋屋本館)
9月18日	サイクリングinひとよし球磨実行委員会出席	(球磨サイクル)
10月27日	『日本でもっとも豊かな隠れ里』サイクリングinひとよし球磨2019	(人吉球磨圏域)

キ その他(★は補助対象事業)

4月発行	温泉博士5月号広告掲載	
4月27日	SL人吉10周年記念事業「4.25SL記念日」参加	(JR人吉駅)
7月10日	川上哲治生誕100年記念事業情報発信啓発部会出席	(人吉市役所)
7月18日	川上哲治生誕100年記念事業実行委員会総会出席	(中小企業大学校人吉校)
7月7日	侍う実行委員会「侍う-SABURAU- in ITALY 凱旋展」支援★	(青井阿蘇神社)
7月24日	シェアリングサミット2019in人吉参加	(肥後銀行人吉支店)
7月26日	山口・九州日本遺産連絡事業会議出席	(北九州市)
8月9日	川上哲治生誕100年記念事業情報発信啓発部会出席	(人吉市役所)
8月26日	川上哲治生誕100年記念事業情報発信啓発部会出席	(人吉市役所)
9月1日	人吉球磨日本遺産活用協議会「日本遺産人吉球磨の情報発信事業」支援★(～11月30日)	(県内一円)
9月9日	球磨焼酎酒造組合「首都圏における球磨焼酎販路拡大事業」支援★	(東京都港区)
10月12日	日本遺産サミットin高知(～13日)	(高知市)
11月23日	川上哲治生誕100年記念事業オープニングセレモニー	(人吉クラフトパーク 石野公園)
12月8日	川上哲治生誕100年記念トークショー	(カルチャーパレス)

(3) デジタルプロモーション実施事業【デジタルプロモーション部会】

[部会会議]

6月3日	第1回会議	(KUMAKURO)
6月12日	第2回会議	(行政組合2階会議室)
7月8日	第3回会議	(行政組合2階会議室)
7月24日	第4回会議	(行政組合2階会議室)
9月2日	第5回会議	(KUMAKURO)
9月24日	第6回会議	(行政組合2階会議室)
10月11日	第7回会議	(KUMAKURO)
1月20日	第8回会議	(KUMAKURO)

[個別の取組]

ア 総合ポータルサイト(Webサイト)による地域情報の一元的な発信 (人吉球磨ガイド)

4月1日	「人吉球磨ガイド」ポータルサイト保守管理業務契約締結
4月15日	「人吉球磨ガイド」ポータルサイト運用開始(～1/6 45千人)

(人吉球磨観光素材ラボ)

- 3月27日 「人吉球磨フォトライブラリー」運用開始
(人吉・球磨 風水・祈りの浄化町)
 7月 2日 「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」ポータルサイト構築業務委託契約締結
 12月25日 「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」ポータルサイト運用開始

イ ソーシャルメディア(SNS)を活用した地域情報の拡散

- 6月25日 県観光連盟観光周遊アプリ「mawaru」説明会出席 (熊本市)
 7月19日 観光アプリガイド運用開始
(情報発信 勉強会)
 3月 7日 動画活用セミナー(新型コロナウイルス対策の為中止) (くまりば)
(スタンプラリーキャンペーン)
 11月13日 人吉球磨物産販売施設モバイルスタンプラリー開始(～1月31日)
 11月26日 温泉モバイルスタンプラリー開始(～3月22日)

(4) インバウンド事業【インバウンド部会】

[部会会議]

- | | | |
|--------|---------|-------------|
| 4月30日 | 第1回会議 | (あゆの里) |
| 6月 5日 | 第2回会議 | (あゆの里) |
| 6月22日 | 第3回会議 | (あゆの里) |
| 7月18日 | 第4回会議 | (あゆの里) |
| 8月19日 | 第5回会議 | (あゆの里) |
| 9月16日 | 第6回会議 | (あゆの里) |
| 9月20日 | 第7回会議 | (あゆの里) |
| 10月 1日 | 正副部会長会議 | (あゆの里) |
| 11月 8日 | 第8回会議 | (あゆの里) |
| 12月11日 | 第9回会議 | (あゆの里) |
| 1月20日 | 第10回会議 | (行政組合2階会議室) |

[個別の取組]

ア ターゲット市場の設定による商品開発及びイベント実施

- 5月 「風水」「祈り」「三日月」「姫」イメージ調査
 9月 3日 熊本県観光連盟から観光ビジネスチャレンジ支援事業補助金交付決定
 1月25日 春節おもてなしイベント (くまがわ鉄道沿線)

イ ターゲット市場別のプロモーション展開

(セールス活動)

- | | | |
|--------|--|------------|
| 4月11日 | 香港「櫓杏」2周年感謝祭参加(～13日) | (香港) |
| 7月30日 | 県観光セミナー・商談会in香港参加(～8月1日) | (香港) |
| 9月 7日 | 香港の旅行会社との名刺交換会参加 | (熊本ホテルテルサ) |
| 10月24日 | VISIT JAPAN トラベル&MICEマート(VJTM)2019商談会熊本県団に参加(～26日) | (大阪市) |
| 10月31日 | 台湾 台北市／旅行社セールス(～11月2日) | (台湾) |
| 12月 2日 | 上海/旅行社セールス(～12月4日) | (上海) |

(招聘事業)

- | | | |
|--------|---------------------|----------|
| 6月20日 | ミス香港選考番組ロケ下見対応 | (人吉球磨圏域) |
| 7月28日 | ミス香港選考番組ロケ対応(～30日) | (人吉球磨圏域) |
| 8月24日 | ドイツ国営放送ロケ下見対応(～25日) | (人吉球磨圏域) |
| 10月 3日 | アリババ旅行商品PRロケ対応 | (人吉市内) |

10月 6日	ドイツ国営放送ロケ対応（～9日）	（人吉市）
10月12日	香港ウォーカー雑誌取材対応（～13日）	（人吉球磨圏域）
10月25日	台湾サイクルファムツアー対応（～29日）	（人吉球磨圏域）
3月16日	香港インフルエンサー取材対応（～17日）	（人吉球磨圏域）

（情報発信ツールの多言語化、SNS活用）

11月14日	春節フェスティバルに関する情報発信（熊本県上海事務所）
12月17日	春節フェスティバルに関する情報発信（J R上海事務所）
12月23日	春節フェスティバルに関する情報発信（J T B上海事務所）
3月19日	「人吉球磨ガイド」ポータルサイト英語版運用開始

ウ インバウンド推進のための受入環境づくり

8月 7日	人吉温泉観光協会インバウンド座談会出席	（あゆの里）
11月13日	J T Bインバウンドセミナー参加	（熊本市）
2月25日	食の多様化対応セミナー	（肥後銀行人吉支店）

2 地域の「共創力」による観光地域づくりの推進【地域マネジメントチーム】

【チーム会議】

4月19日	第1回会議	（行政組合2階会議室）
5月20日	第2回会議	（行政組合2階会議室）
7月22日	第3回会議	（行政組合2階会議室）
8月19日	第4回会議	（あさぎり町役場）
9月24日	第5回会議	（行政組合2階会議室）

（1）人吉球磨版DMO確立事業【DMO部会】

【部会会議】

4月10日	第1回会議	（行政組合2階会議室）
5月14日	第2回会議	（錦町役場）
6月12日	第3回会議	（相良村役場）
1月14日	第4回会議（調査・分析部会との合同開催）	（あさぎり町役場）

【個別の取組】

ア 官民一体型の人吉球磨版DMOの形成

5月 9日	阿蘇地域デザインセンターへの視察調査	（阿蘇市）
5月19日	第1回観光地域づくりセミナー：田端観光庁長官	（鍋屋本館）
5月23日	第2回観光地域づくりセミナー：井上秩父地域おもてなし観光公社事務局長、招へい（～24日）	（行政組合2階会議室）

イ 自律的・継続的な事業推進に向けての財源の確保

4月17日	第1回人吉球磨定住自立圏推進協議会【幹事会・部会事務局】合同会議出席	（人吉市役所）
5月24日	第2回人吉球磨定住自立圏推進協議会【幹事会・部会事務局】合同会議出席	（人吉市役所）
7月 9日	第1回人吉球磨定住自立圏共生ビジョン懇談会出席	（人吉市役所）
8月26日	第3回人吉球磨定住自立圏推進協議会【幹事会・部会事務局】合同会議出席	（人吉市役所）
10月 4日	第2回人吉球磨定住自立圏共生ビジョン懇談会出席	（人吉市役所）
11月 1日	県南広域本部地方創生塾	（球磨地域振興局）
11月29日	くまもと地方創生塾及び内閣府ヒアリング	（水前寺共済会館）
1月31日	第3回人吉球磨定住自立圏共生ビジョン懇談会出席	（人吉市役所）

ウ その他

3月24日 一般社団法人 八ヶ岳ツーリズムマネジメント研修 (山梨県北杜市)

(2) 観光データ収集分析・PDCAサイクル運用事業【調査・分析部会】

[部会会議]

4月10日 第1回会議 (行政組合2階会議室)
5月15日 第2回会議 (行政組合2階会議室)
12月24日 第3回会議 (行政組合2階会議室)

[個別の取組]

ア 人吉球磨が一体となったデータ収集・分析の実施

6月12日 人吉温泉旅館組合協議 (翠嵐楼)
6月28日 湯山温泉宿泊施設協議 (水上村石倉交流施設)

(独自調査の実施)

7月～ 宿泊者統計調査
7月～ 宿泊客、日帰り客、地域住民アンケート調査

イ データ収集・分析におけるICTの活用

9月1日 ビーコン2基設置 (人吉海軍航空基地資料館、森と溪流五木ステイ)

(総合ポータルサイト)

随時 アクセス状況 (PV数、UU数等)の分析

(観光ガイドアプリ)

3月25日 ポイントラリー参加者の周遊分析

ウ PDCAサイクル運用のためのプラットフォーム構築

エ その他

4月24日 飛騨高山・下呂温泉への視察調査 (～25日) (岐阜県)

(3) 受入態勢づくり事業【受入部会】

[部会会議]

4月12日 第1回会議 (球磨地域振興局)
5月14日 第2回会議 (行政組合2階会議室)
6月13日 第3回会議 (くまりば)
7月25日 第4回会議 (行政組合2階会議室)
8月29日 第5回会議 (行政組合2階会議室)
10月10日 第6回会議 (行政組合2階会議室)
12月10日 第7回会議 (多良木町役場)
1月17日 第8回会議 (あさぎり町役場)
2月17日 第9回会議 (あさぎり町役場)
3月4日 第10回会議

[個別の取組]

ア 受入人材の育成・確保

4月26日 人吉鉄道観光案内人会総会出席 (三駒寿司)
6月27日 人吉温泉観光協会総会出席 (アンジェリーク平安)
7月25日 人吉観光案内人役員会出席 (人吉商工会議所)

イ 域内における機運の醸成

10月27日 第11回ノスタルジック人吉

(人吉駅)

ウ 快適な滞在・周遊ができる環境整備

9月4日 グーグルマイビジネス登録支援セミナー
9月18日 グーグルマイビジネス登録支援セミナー
9月25日 グーグルマイビジネス登録支援セミナー
11月8日 レンタサイクル事業者会議
12月10日 レンタサイクル事業者会議
1月6日 人吉球磨広域観光レンタサイクル運用開始

(ポッポ一館)
(中小企業大学校人吉校)
(多良木町交流館石倉)
(行政組合2階会議室)
(多良木町役場)
(郡市内6か所)

エ 広域での受入態勢づくり

4月17日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
6月25日 県南広域観光連携推進会議出席
7月9日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
8月8日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
9月26日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
11月19日 くまもと県南観光連携事業実行委員会臨時総会
12月17日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
1月21日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席
2月27日 くまもと県南観光連携事業実行委員会企画会議出席

(五木村役場)
(県球磨総合庁舎)
(くまりば)
(氷川町)
(津奈木町役場)
(水俣市役所)
(人吉市役所)
(八代市役所)
(湯前町役場)

3 理事会・調整会議・総会

[理事会]

6月6日 第1回理事会
8月28日 第2回理事会
11月26日 第3回理事会
12月23日 臨時理事会
3月31日 第4回理事会

(錦町役場)
(錦町役場)
(錦町役場)
(錦町役場)
(錦町役場)

[調整会議]

4月22日 第1回会議
5月27日 第2回会議
6月24日 第3回会議
7月22日 第4回会議
8月19日 第5回会議
9月24日 第6回会議
10月21日 第7回会議
11月18日 第8回会議
12月16日 第9回会議
1月20日 第10回会議
2月17日 第11回会議
3月16日 第12回会議
3月23日 第13回会議

(行政組合2階会議室)
(行政組合2階会議室)
(錦町役場)
(行政組合2階会議室)
(あさぎり町役場)
(行政組合2階会議室)
(錦町役場)
(あさぎり町役場)
(行政組合2階会議室)
(行政組合2階会議室)
(あさぎり町役場)
(行政組合2階会議室)
(行政組合2階会議室)

[総会等]

5月23日 平成30年度会計監査
7月5日 通常総会

(熊本市)
(アンジェリーク平安)

[その他]

- 4月 1日 規約改正施行
- 4月 1日 チーム及び部会設置規程改正施行
- 4月 22日 平成31年度熊本県広域連携プロジェクト（スクラムチャレンジ）推進補助金交付決定
- 6月 6日 入会及び退会規程改正施行
- 6月 6日 人吉球磨観光地域づくり協議会が発注する契約に関するプロポーザル方針等の実施に関する指針改正施行
- 6月 6日 事務局規程施行

4 事務局対応

- 11月 29日 青島地域振興協議会からの視察対応 (行政組合2階会議室)

令和元年度 収 支 決 算

令和元年度の収支決算は以下のとおりとする。

【収入】

(単位 円)

項	目	予算現額A	決算額 B	差異(B-A)	備 考
負担金		7,640,000	7,640,000	0	
	協議会負担金(市町村)	7,400,000	7,400,000	0	
	市負担金(ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーン事業)	7,000,000	7,000,000	0	
	市町村負担金(均等割)	400,000	400,000	0	4万円×10市町村
	協議会負担金(民間)	240,000	240,000	0	4万円×6団体
	事業参加負担金	0	0	0	
補助金		29,800,000	29,800,000	0	
	広域行政組合	19,000,000	19,000,000	0	ふるさと市町村圏基金
	県	10,000,000	10,000,000	0	広域連携プロジェクト推進補助金
	熊本県観光連盟	800,000	800,000	0	観光ビジネスチャレンジ支援事業補助金
委託料	熊本県観光連盟	3,000,000	1,622,820	△ 1,377,180	応援社委託事業
協賛金	人吉温泉旅館組合	1,000,000	1,000,000	0	
雑収入		201,000	399,083	198,083	預金利子、三十三観音グッズ、ガイドマップ販売等
繰越金		9,611,095	9,611,095	0	
計		51,252,095	50,072,998	198,083	

2020/5/12

【支出】

(単位 円)

項	目	予算現額A	決算額 B	差異(A-B)	備 考
事業費		47,414,000	29,918,891	17,495,109	
	人吉球磨ブランド戦略推進事業	20,000,000	9,586,589	10,413,411	プロモーション事業、アドバイザー謝金等
	ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーン新展開事業	11,500,000	8,186,214	3,313,786	ひなまつり、温泉郷、相良三十三観音事業等
	デジタルプロモーション実施事業	6,500,000	4,703,289	1,796,711	ポータルサイト保守管理、アプリガイド、浄化町サイト構築等
	インバウンド事業	4,800,000	4,294,852	505,148	香港、台湾観光対策等
	人吉球磨版DMO確立事業	500,000	361,035	138,965	調査、研究費用
	観光データ収集分析・PDCAサイクル運用事業	3,500,000	2,548,184	951,816	データ収集分析費用
	受入態勢づくり事業	614,000	238,728	375,272	セミナー開催等
事務局費		2,000,000	1,753,581	246,419	会議費、事務用品等
予備費		1,838,095	0	1,838,095	
計		51,252,095	31,672,472	19,579,623	

(収入-支出)

残高 18,400,526円(次年度へ繰越し)

人吉球磨観光地域づくり協議会 会長 松岡 隼人



監査報告書

令和元年度の人吉球磨観光地域づくり協議会の収入、支出について、通帳、帳票及び関係書類を監査の結果、正確かつ適正な執行がなされ、令和元年度決算書のとおりであることを、ここに認めます。

令和2年 5 月 12日

監 事

肥後銀行 人吉支店

支店長 西 章文



監 事

熊本銀行 人吉支店

支店長 畠 永 啓 太



人吉球磨観光地域づくりに係る取組方針

(平成31年3月26日理事会承認)

(令和2年3月31日理事会承認)

将来ビジョン策定のためのワーキング会議(以下「ワーキング会議」という。)から報告があった「人吉球磨を日本を代表する地域にする。ー地域が一体となった観光地域づくりを目指してー」について、本協議会は、人吉球磨10市町村の地域再生計画「人吉球磨10市町村が一体となった地域連携DMOによる観光地域づくりプロジェクト」の認定を受けて、以下のとおり取り組む。

1 観光地域づくり戦略について

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり戦略」については、地域再生計画の認定を受けて一部改定を行い、本協議会の戦略として実行していきます。

2 観光地域づくり事業展開について

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり事業展開」については、地域再生計画に基づき事業化していきます。

3 ロゴマークについて

ワーキング会議が取りまとめた「ロゴマーク」については、人吉球磨ブランドロゴマークとして使用していきます。

これに伴い、平成27年度に人吉球磨地域観光推進協議会が作成した観光PRロゴマークについては、順次、新ロゴマークに変更していきます。

また、平成29年度に人吉球磨日本遺産活用協議会が作成した日本遺産人吉球磨ロゴについては、構成文化財において使用するものとします。

人吉球磨観光地域づくり協議会 観光地域づくり戦略

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり戦略」については、本協議会の戦略として実行していく。

1. 基本理念

人吉球磨は、若者の人口流出などによって基幹産業である1次産業の高齢化が進み、担い手不足の結果、耕作放棄地が拡大する等、地方特有の課題を抱えています。

また、これまで様々な地域活性化策が講じられてきましたが、10市町村のうち人口1万人未満の自治体が7町村と小規模であり取組の限界もあります。

しかし、幸いにも長い年月の中で先人達が築き上げた豊かな文化が大きな遺産として受け継がれており、この地域そのものが誇りと愛着が持てる観光資源として大きな価値となっています。

この価値を活かして、マーケティングを組み合わせた観光に民間事業者主体で地域が一体となって取り組むことにより、地域経済の活性化や雇用の拡大につながり人吉球磨全体に短期的、長期的にインパクトを与え続けられる解決策となります。

地域が一体となって観光地域づくりに取り組むことにより、日本有数の観光地として活気と潤いのある地域となり、人吉球磨を日本を代表する地方にすることを目指します。

【 基 本 理 念 】

人吉球磨を日本を代表する地方にする。

—地域が一体となった観光地域づくりを目指して—

2. 目指す姿（ビジョン）

基本理念を実現するためには、地域の人々が人吉球磨に誇りと愛着を持ち、自らが行動して「共創」をつくらなければなりません。

また、日本有数の観光地を目指して、国内観光需要縮小等の環境変化に対応し、マーケットニーズを捉えた戦略により差別化を図り、競争力を高め、稼ぐ力により人吉球磨の経済発展、雇用の促進につなげていきます。

一人一人が人吉球磨を変えていくという志のもと、自分達が人吉球磨を創り、共に動かしているという誇りと愛着「P r i d e」を持ち、観光を持続的発展

を支える産業として位置づけて、人吉球磨が一体となった観光地域づくりを推進していきます。

【 目 指 す 姿 】
人吉球磨への誇りと愛着を持ち
共創による稼ぐ力
Hitoyoshi Kuma Pride

- * ビジョンとは、観光地域づくりで、将来こうあって欲しいという理想像（ビジョン、理念）が描かれるとともに、地域の一人一人が実践していく指標となるものです。
- * 「共創」とは、多様な立場の人たちと対話しながら新しい価値を「共」に「創」り上げていくこと。消費者（顧客）、民間事業者、団体、地域社会、行政機関を巻き込みながらプロジェクトを進めていくこと。商品を開発・改善したり、広めたりするためのマーケティング手法として、近年の地域戦略において重要とされています。

3. 基本方針

観光を人吉球磨の持続的発展を支える産業としていくため、民間が主導となり観光による「稼ぐ力」を高め、官民の多様な主体の参画による「共創力」を基盤とする地域経営の視点に立った取組を行っていきます。

基本方針 1
民間主導の観光地域づくりによる「稼ぐ力」の強化

人口減少や国内観光需要の縮小等の環境の変化に対応していくため、民間主導でマーケティング視点に立った観光地域づくりを行っていきます。

また、情報の一元化を行うなど地域が一体となった観光地域づくりに取り組むことで地域の稼ぐ力の強化を図っていきます。

基本方針 2
地域の「共創力」による観光地域づくりの推進

地域の稼ぐ力を引き出すため、地域連携DMOとして官民一体型の観光地域づくりを推進していきます。

また、持続性のある観光地域づくりとするため、科学的なデータ分析によるPDCAサイクルの運用を確立していきます。

* DMOとは、(Destination Management/ Marketing Organization の頭文字の略) 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のこと。

* 観光庁が規定した日本版DMO

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

4. 国内誘客及び国外誘客に係るマーケティング戦略

民間主導でマーケティング視点に立った観光地域づくりを推進するに当たっては、中小企業診断士佐藤義典氏が提唱するBASICSのフレームワークを用いて、国内誘客及び国外誘客に係るマーケティング戦略をBattle Field(戦場)、Asset(資源)、Strength(強み)、Customer(顧客)及びSelling Message(メッセージ)の5つの要素に整理し、実行していきます。

要素	国内誘客	国外誘客
Battle Field (戦場)	① 鹿児島 ② 宮崎 ③ 熊本市 ④ 福岡 ※主なマーケットとして本地域から車で1.5時間内の圏域(約200万人)	霧島、指宿、高千穂(南九州) ※最寄りの鹿児島空港との直行便がある台湾、香港等からのインバウンドが多く訪れる観光地
Asset (資源)	人吉球磨全体における 歴史建造物／神社仏閣群／相良家歴史／自然／温泉／球磨焼酎 ※国宝青井阿蘇神社をはじめ歴史を物語る数多くの重要文化財等、日本三大急流の球磨川、13年連続水質日本一を誇る清流川辺川、球磨川沿いを中心に数多く点在する温泉、米を原料とする球磨焼酎等の地域資源	

Strength (強み)	神秘的リセット体験／ 歴史・宗教的学び 歴史・宗教的アクティビ ティ ※Asset (資源) に基づく 他の地域では体験で きない付加価値 (新た に開発する商品)	浄化、癒し、加護、昇華 ※Asset (資源) に基づく他の地域では 体験できない付加価値 (新たに開発 する商品)
Customer (顧客)	20～40 代女性 シニアカップル ファミリー ※Strength (強み) が最 も効果的に発揮でき る層	台湾、香港、上海 東南アジア (シンガポール、タイ、マレ ーシア) 日本大好きリピーター、年収が高い、女 性二人組み (20～30 代)、夫婦 (40～ 50 代) ※Strength (強み) が最も効果的に発揮 できる層
Selling Message (メッセ ージ)	人吉・球磨 風水・祈りの浄化町 ※Customer (顧客) に向けた「売り文句」として民間事業者等で 構成するワーキング会議で決定	

5. 数値目標 (K P I) 設定の考え方

地域が一体となって誇りと愛着を持ち地域の稼ぐ力を備えた観光地域づくりを推進し、P D C A サイクルを確実に運用することで目指す姿 (ビジョン) を実現します。

この目標を評価する数値目標として「重要目標達成指標」を設定し、地域の稼ぐ力による地域経済波及効果を計る「観光消費額」と、誇りと愛着の高揚を示す「地域住民の誇りと愛着」とします。

重要目標達成指標
・観光消費額
・地域住民の誇りと愛着

「重要目標達成指標」を達成するための数値目標として「地域 K P I」及び「事業 K P I」の 2 段階の目標を設定し、評価指標として体系的に整理します。

「地域K P I」の数値目標設定に当たっては、地域の稼ぐ力を最大限引き出すため、観光客を増やすことに加え、リピーターにつながる満足度を高めることを指標とします。

また、域外の観光客から得られる観光消費額拡大に向けて、外国人延べ宿泊者数やデジタルプロモーションの充実など、人吉球磨10市町村の地域再生計画を踏まえた指標を設定します。

地域K P I	
・ 宿泊者一人1日当たり観光消費額 ・ 延べ宿泊者数 ・ 日帰者一人1日当たり観光消費額 ・ 延べ日帰者数	・ 外国人延べ宿泊者数 ・ 旅行者満足度 ・ 旅行者リピーター率 ・ 公式サイトのアクセス数(PV) ・ 公式フェイスブックのファン数(いいね!)

「事業K P I」の数値目標設定に当たっては、今後、地域連携DMOの事業計画の具体化にあわせて事業毎に指標を設定し、目標達成に貢献していきます。

【参考資料】



(株)JTB、(株)グローバルプロジェクトにて作成

* P D C Aとは、プロジェクトを効率的、効果的に進めていくため、Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Action(改善)を繰り返すことによって、継続的に改善していく手法のことです。

* 重要目標達成指標とは、組織やプロジェクトが達成すべき目標を定量的な指標で表したもの。抽象的な理念や目的のようなものではなく、「いつ、どの指

標がどのレベルに到達したら目標達成とみなすのか」を定義したものです。

* K P I とは、Key Performance Indicator の略で推進目標の達成度を評価するための主要業績評価指標のことです。

6. 推進期間

長期的な視点を持ちつつ、第2次人吉球磨定住自立圏共生ビジョンの計画期間との整合性を考慮して、2024年度を目標年度とします。

また、近年、観光地域づくりを取り巻く環境は大きく変化していることから、3年度毎に第1期、第2期を設定し、中間年にあたる2021年度に目標の達成状況についての中間評価を行い、以降の観光地域づくり推進の方向性を明らかにするものとします。

なお、人吉球磨が一体となった観光地域づくりの実現に向けて、年度毎の進捗状況を点検し、必要な見直しを行っていきます。

【 推進期間 】 2019年度～2024年度
【 第1期 】 2019年度～2021年度（3か年度）
【 第2期 】 2022年度～2024年度（3か年度）

7. 目標値

重要目標達成指標及び地域K P I の目標値について、(1)、(2) のとおり設定します。

なお、事業K P I の目標値については、地域連携DMOの毎年度の事業計画において設定します。

(1) 重要目標達成指標

数値目標指標	現状値	R 2年度 増加分	R 3年度 増加分	R 4年度 増加分	R 5年度 増加分	R 6年度 増加分	目標値 (R 6年度)
観光消費額 (百万円)	R 2年度観光協調査から日帰者も調査対象に加えて現状値を把握のうえ、 R 3年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
地域住民の 誇りと愛着 (%)	55.6	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	67.6
前年比 (%)	R 元年度 観光協調査	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	(21.6)

(2) 地域K P I

数値目標指標	現状値	R 2 年度 増加分	R 3 年度 増加分	R 4 年度 増加分	R 5 年度 増加分	R 6 年度 増加分	目標値 (R 6 年度)
宿泊者一人1 日当たり 観光消費額 (円/人)	15,554	700	732	765	799	835	19,385
前年比 (%)	H 2 9 年 県観光統計	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	(24.6)
延べ宿泊者数 (千人)	230	6	6	6	6	7	261
前年比 (%)	H 3 0 年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(13.4)
日帰者一人1 日当たり 観光消費額 (円/人)	R 2 年度観地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
延べ日帰者数 (千人)	R 2 年度観地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
外国人 延べ宿泊者数 (千人)	13	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	15.2
前年比 (%)	H 3 0 年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(16.9)
旅行者満足度 (%)	88.8	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	90.3
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	(1.7)
旅行者 リピーター率 (%)	65.4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	70.4
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	(7.6)
公式サイトの アクセス数 (P V) (千件/月)	16.5	3.3	4	4.7	5.7	6.8	41
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	20	20	20	20	20	(148)
公式フェイスブックの ファン数 (いいね!) (件)	8,404	336	350	364	378	393	10,255
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	4	4	4	4	4	(245)

観光地域づくり事業展開における施策体系

将来ビジョン策定のためのワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり事業展開」については、地域再生計画に基づき事業化していく。

基本方針1 民間主導の観光地域づくりによる「稼ぐ力」の強化

施策1

人吉球磨ブランド戦略の推進

民間主導で誇りと愛着が持てる観光資源を活かし、マーケティング手法を取り入れた人吉球磨ブランドを推進します。

観光客や消費者から選好される競争力を持った、魅力ある観光地域づくりを促進するためにブランド認知を高め、ブランドを構成する資源を磨き上げるとともに、これを体感できる商品を造成します。

施策2

ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーンの新たな展開

国内観光需要の縮小、モノ消費からコト消費への変化等の観光を取り巻く環境の変化に対応するため、多様なツーリズムが連携し民間主導でテーマ性を持った魅力ある着地型商品に磨き上げます。

また、季節毎の旅行者の動向やターゲット等にあわせた着地型商品を整理することで年間を通しての誘客を促進します。

施策3

市町村の枠を超えたデジタルプロモーションの実施

旅行者の動向が団体から個人へと変化する中、旅行者ニーズの多様化と変化のスピードに対応するため、デジタルを活用した情報発信や販売促進活動が重要となっており、市町村の枠を超えてWebやSNS等のデジタルを活用したプロモーションを行います。

施策4

外国人のニーズを把握するマーケットインの視点でのインバウンド推進

国内観光市場が鈍化する中、増加する訪日外国人に向けて人吉球磨の資源を活かしたインバウンドに取り組むことで海外からの誘客を拡大していきます。

ターゲット市場を選定し、マーケットインの視点での着地型商品の開発や効果的な海外プロモーション、受入態勢の整備を行います。

基本方針2 地域の「共創力」による観光地域づくりの推進

施策5

地域経営の視点に立った持続的な推進体制の確立

観光地域づくりの推進役となる組織体制を構築し、地域連携DMOとして「共創力」による推進を行います。

推進に向けては、観光地域づくりの基礎となるシンクタンク機能を充実させるとともに、定住自立圏共生ビジョンに基づき事業を展開します。

また、持続的な推進を行うための財源を確保します。

施策6

データの収集・分析とPDCAサイクルの運用

科学的データに基づく質の高い観光地域づくりに向けて、来訪者のニーズにあった商品の造成や受入態勢の整備を行うため、人吉球磨一体でのデータ整備や調査・分析を行います。

また、調査、ICT、ビッグデータを活用した分析を基にPDCAの運用基盤を構築します。

施策7

「おもてなし」のある受入態勢づくり

観光地域づくりを担う人材についてDMO専門人材やガイド等を育成・確保するとともに、住民参加の着地型商品体験や子ども達への意識啓発などを通じて域内における観光地域づくりの機運を醸成します。

また、域内での交通機関等の連携や広域での他地域との連携を充実・向上させ、来訪者の快適な受入環境づくりに取り組みます。

*モノからコト消費とは、観光市場が成熟し、旅行者の旅行に対する消費行動が商品やサービ

スの消費から、その地域での体験や経験に価値を見出す消費傾向に変化していること。

*SNSとは、「Social Networking Service」の略、趣味や職業、居住地域等の共通点を有する個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネットを利用したサービス。SNSの種類では、「Twitter（ツイッター）」、「Facebook（フェイスブック）」、「Instagram（インスタグラム）」、「LINE（ライン）」等が有名。

*デジタルプロモーションとは、WebやSNS等を活用した情報発信。①「認知」、②「商品・サービスの購買に結びつけるための動機づけ」を行うために、顧客購買データやインターネット（技術）を活用して行うあらゆる販売促進活動のこと。

*ICTとは、情報処理および情報通信、つまり、コンピュータやネットワークに関連する諸分野における技術・産業・設備・サービスなどの総称。

*ビッグデータとは、観光行動及び行動に影響を与える周辺状況を含む大規模・多・複数情報

源由来のデータ群を表す。観光の現象や行動原理等を総合的に解析することで、観光行動に

関して多様な視点での把握が可能となる。

I 事業方針

本協議会は、平成30年度に定めた観光地域づくり戦略（推進期間：令和元年度～6年度）において、観光を人吉球磨の持続的な発展を支える産業と位置づけ、地域が一体となった観光地域づくりに取り組むことにより、戦略の基本理念に掲げた「人吉球磨を日本を代表する地方にする。」の実現を目指しています。

令和元年度には、人吉球磨10市町村が策定した第2次人吉球磨定住自立圏共生ビジョン（計画期間：令和2年度～6年度）の中で、本協議会が観光地域づくりの推進役に位置付けられるとともに、10市町村は独自の取組みとして観光地域づくりに取り組むことが明記されました。

また、観光地域づくりの推進に地方創生推進交付金を活用するため、10市町村が申請した地域再生計画「人吉球磨10市町村が一体となった地域連携DMOによる観光地域づくりプロジェクト」は、令和2年3月30日付けで内閣総理大臣の認定を受けたところです。

このため、令和2年度からは、観光地域づくり戦略に加え地域再生計画に基づき、個々の事業を展開しますが、第1に、民間主導のもと、マーケティングの視点に立った傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」に様々な地域資源を統合して新たな商品（食、お土産、アクティビティ、宿）を開発するとともに、国内外の消費者に訴求することにより、地域自体のブランド化に取り組めます。第2に、持続性のある観光地域づくりとするため、継続的なデータの収集・整備に加え、地域住民のおもてなしに係る機運醸成や周遊のための2次交通アクセスの確保など受入態勢づくりに取り組めます。

併せて、円滑な事業運営が図られるよう、事務局を含む組織・実施体制の見直しを実施します。

[数値目標 (K P I)]

数値目標指標	現状値	R 2 年度 増加分	R 3 年度 増加分	R 4 年度 増加分	R 5 年度 増加分	R 6 年度 増加分	目標値 (R 6 年度)
観光消費額 ☆○◎ (百万円)	R 2 年度親地協調査から日帰者も調査対象に加えて現状値を把握のうえ、 R 3 年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
地域住民の 誇りと愛着 ☆ (%)	55.6	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	67.6
前年比 (%)	R 元年度 親地協調査	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	(21.6)
宿泊者一人1日当たり 観光消費額 ★ (円/人)	15,554	700	732	765	799	835	19,385
前年比 (%)	H 2 9 年 県観光統計	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	(24.6)
延べ宿泊者数 ★◎ (千人)	230	6	6	6	6	7	261
前年比 (%)	H 3 0 年 親地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(13.4)
日帰者一人1日当たり 観光消費額 (円/人)	R 2 年度親地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を 設定する。						
前年比 (%)							
延べ日帰者数 (千人)	R 2 年度親地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を 設定する。						
前年比 (%)							
外国人 延べ宿泊者数 ★ (千人)	13	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	15.2
前年比 (%)	H 3 0 年 親地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(16.9)
旅行者満足度 ◎ (%)	88.8	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	90.3
前年比 (%)	R 元年度 親地協調査	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	(1.7)
旅行者 リピーター率 ◎ (%)	65.4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	70.4
前年比 (%)	R 元年度 親地協調査	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	(7.6)

☆：観光地域づくり戦略の重要目標達成指標

○：人吉球磨定住自立圏共生ビジョンの成果指標

★：地域再生計画の重要業績評価指標

◎：観光庁日本版DMO法人の必須K P I

Ⅱ 事業内容

1 地域の稼ぐ力強化事業 円

予算額 55,729 千

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 47,847 千
円)

(1) 魅力ある商品の開発 円

予算額 21,553 千

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 21,553 千円)

地域内に向けたプロモーションを展開し、地域内における傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の認知度を高めるとともに、地域資源を統合して傘ブランドを体感できる魅力ある商品（食、お土産、アクティビティ、宿）を開発します。

また、サイクリング等のスポーツイベントや本地域を舞台とするアニメの聖地巡礼など多様なツーリズムを連携させ、テーマ性を持った着地型旅行商品に磨き上げます。

〔主な取組〕

ア ブランドの認知度向上
円

予算額

11,237 千

・令和元年度に引き続き佐藤義典アドバイザー及び大迫祥一郎アドバイザーと協働して、傘ブランドの認知度を高めるとともに、本協議会の個々の事業を展開します。

・地域住民が傘ブランドのファンとなって観光地域づくりの機運が高まるよう、地域住民向けの広報ツールとしてのポスター、各種グッズ等の製作・掲示・配布のほか、地元ミニコミ誌への広告掲載を行います。

イ ブランド商品の開発
円

予算額 2,612 千

・観光地域づくりの中核的な人材を育成するため、事業者等を対象として、傘ブランドの理念や商品開発のノウハウ等を学ぶ講習会のほか、ブランド商品開発に係る助成金交付制度の説明会を開催します。

・事業者等の商品開発を支援する助成金交付制度を令和元年度に引き続き運用します。

ウ 着地型旅行商品の開発
円

予算額 7,704 千

・個人や少人数グループの旅行者が増える中、旅行者の周遊を促すため、関係事業者が日帰り又は宿泊を組み込んだ旅行商品の開発・販売を実践する研修会を開催します。また、人吉温泉観光協会及び関係事業者等と連携して、旅行商品に係るクーポン券を開発します。

・相良三十三観音協議会及び（仮称）雛の宴協議会等と連携して、秋から春にかけて催行する旅行商品の受入環境を整備するとともに、宿泊プラン・ランチプランを充実します。

・（仮称）球磨焼酎蔵ツーリズム協議会と連携して、旅行者の周遊の動機付けとなるよう球磨焼酎を主軸に置いた旅行商品を開発・販売するとともに、焼酎ファンと消費の拡大を図ります。

・サイクルツーリズム環境の向上のため、人吉球磨地域サイクルツーリズム推進協議会や熊本県県南広域本部球磨地域振興局、JR九州等と連携して、サイクルトレインを運行します。また、サイクリングマップを多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字）、仏語、韓国語）するとともに公式サイトに掲載します。

・アニメの聖地づくりに向けて、人吉温泉観光協会と連携して、ロケ地マップを多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語）するとともに公式サイトに掲載します。また、アニメポスターやロケ地写真を展示するなどのイベントを実施するほか、関連グッズの開発に取り組みます。

〔主な事業KPI〕

① 地域住民の傘ブランド認知度

6.9%（R元年度調査）⇒50.0%（R2年度調査）

② ブランド商品の開発件数

50件（R2年度）

③ 着地型旅行商品の開発件数

45件（R2年度）

④ 旅行者の満足度

88.8%（R元年度調査）⇒89.1%（R2年度調査）

(2) 国内誘客の促進

予算額 15,275 千円

（うち地方創生推進交付金対象事業経費 15,066 千円）

ターゲットに向けたプロモーションを展開し、傘ブランド「人吉・球磨風水・祈りの浄化町」の認知度・興味度を高め、本地域への国内誘客を促進します。

また、誘客した旅行者等への開発商品の販売を促進するため、傘ブランドを体感できる展示販売スペースを確保するとともに、地域内を周遊させるための集客イベントを行います。

〔主な取組〕

ア ターゲットに向けたプロモーション

予算額 9,904 千円

- ・メディア告知や旅行業者訪問時の営業ツールとして使用する紙媒体の誘客パンフレット及びポスター等を製作します。また、製作した誘客パンフレット等は、本協議会の地域住民向けの広報ツールとしても活用します。
- ・製作した誘客パンフレット等を活用して、ターゲットが居住する南九州のＪＲ九州の主要駅やＮＥＸＣＯ西日本のサービスエリアでの配布・掲示のほか、フリーペーパーへの掲載等、メディアによる告知を行います。
- ・ターゲットが居住する南九州の旅行業者を訪問し営業を行います。

イ 開発商品の販売促進 予算額 3,281 千円

- ・開発したブランド商品について地域内における販売を促進するとともに、本協議会のブランド商品開発の取組みを地域住民に周知するため、冷蔵ショーケース等を本協議会で購入し、物産館等での展示販売スペースを確保します。

ウ 集客イベントの開催 予算額 2,090 千円

- ・旅行者の地域内における周遊を促進するとともに、本協議会の活動を地域住民に周知するため、上球磨地区において傘ブランドに関してメッセージ性の高い集客イベントを開催します。

[主な事業ＫＰＩ]

- ① 南九州３県からの延べ宿泊者数
84.5千人（Ｒ元年）⇒ 86.6千人（Ｒ２年）
- ② 南九州３県からの延べ日帰者数
※Ｒ２年分から独自調査を実施
- ③ 開発したブランド商品の売上
25,000千円（Ｒ２年度）
- ④ 開発した着地型旅行商品の売上
30,000千円（Ｒ２年度）
- ⑤ 集客イベントの来場者数
300人（Ｒ２年度）

(3) 国外誘客の拡大 予算額 13,063 千円

（うち地方創生推進交付金対象事業経費 7,315 千円）

当面のターゲット市場として選定した台湾、香港及び上海に対し効果的なプロモーションを展開し、傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の認知度・興味度を高め、本地域への国外誘客を拡大します。

加えて、新型コロナウイルス感染症の終息後を見据え、リスク分散とい

う視点からターゲット国を多様化し、東アジア市場と比較して滞在期間が長く観光消費額も大きい欧米豪市場の中からフランスにプロモーションを行います。

また、インバウンドに対するおもてなしとしてイベントを行うほか、インバウンドを理解するためのセミナーの開催や飲食店等のメニュー表の多言語化支援など受入態勢づくりに取り組みます。

[主な取組]

ア インバウンドターゲットに向けたプロモーション 予算額 8,465 千円

- ・インバウンドに係る旅行業者訪問時や各種商談会参加時の営業ツールとして使用する紙媒体の誘客パンフレット（英語、中国語（繁体字、簡体字））を製作します。また、公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」については、令和元年度に引き続き多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字））に取り組みます。
- ・新たなターゲット国であるフランスに向けて、仏語版の紙媒体誘客パンフレットを製作するとともに、公式サイト「風水・祈りの浄化町」を仏語対応に改修します。

- ・インバウンドに係る現地・国内の旅行業者への訪問や各種商談会への参加のほか、在京・在阪ランド社の招聘などを通じて営業を行います。

イ インバウンドの受入態勢づくり 予算額 4,598 千円

- ・インバウンドに対するおもてなしとして、また、地域内の機運を高める催しとして、中華圏の春節の時期に人吉駅等を会場にイベントを開催します。
- ・インバウンドの接客において食に関して気を付けるべきポイントに関係事業者皆で理解するため、飲食店や宿泊・観光施設等を対象にセミナーを実施します。
- ・インバウンドのストレスを軽減するため、受入環境の整備として、飲食店等のメニュー表の多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字））支援のほか、ネット上での飲食店等の情報発信の強化、キャッシュレス決済を普及するためのセミナーの開催などに取り組みます。

[主な事業KPI]

① 外国人宿泊者観光消費額

※R2年分から独自調査を実施

② 外国人延べ宿泊者数

13千人（R元年） ⇒ 13.4千人（R2年）

③ おもてなしイベントの外国人来場者数

100人（R2年度）

(4) 市町村の枠を超えたデジタルプロモーション 予算額 5,838 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 3,913 千円)

旅行者の動向が団体から個人へと変化する中、旅行者ニーズの多様化と変化のスピードに対応するため、市町村とともに公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」を運用するほか、公式フェイスブック・公式インスタグラムを適時に活用し、市町村の枠を超えて地域情報を一元的に発信します。

[主な取組]

ア Web・SNSによる地域情報の発信 予算額 4,693 千円

- ・公式サイト・公式フェイスブック・公式インスタグラム・公式観光アプリの管理運営を行い、10 市町村及び観光協会・関係事業者等との連携のもと、地域内の観光素材のタイムリーな情報を収集し一元的に発信します。また、公式サイト等のアクセスデータを分析し、各媒体の情報発信力を強化するとともに、PDCA運用の基礎データとして活用します。
- ・ブランド商品や着地型旅行商品の開発等に伴い、公式サイトコンテンツを拡充・更新するとともに、地域内の写真や動画を収集した「人吉球磨観光素材ラボ」を充実します。
- ・Web・SNSの視聴者が人吉球磨のファンとなるよう、傘ブランドに関してメッセージ性の高い、地域内の観光素材についてヒト・モノ・コトにこだわった動画・写真を製作し発信します。

イ SNSの活用 予算額 1,145 千円

- ・旅行者が旅行先を決める際に欠かせない情報ツールであるSNS上で本地域の情報が拡散するよう、南九州在住のターゲットの行動に関して影響力を持つインフルエンサーを招聘しSNSへの投稿により地域情報を発信します。
- ・SNS広告の特徴であるターゲティング精度の高さを活かし、南九州在住のターゲットに向けて本地域への来訪を促す地域情報をSNS広告として発信します。

[主な事業KPI]

- ① 公式サイト「風水・祈りの浄化町」のアクセス数(PV)
6. 5千件/月(R元年度) ⇒ 7. 8千件/月(R2年度)
公式サイト「人吉球磨ガイド」のアクセス数(PV) 10千件/月(R元年度) ⇒ 12千件/月(R2年度)
- ② 公式フェイスブックのファン数(いいね!)

8, 404 件 (R 元年度調査) ⇒ 8, 740 件 (R 2 年度調査)

③ 公式インスタグラムのフォロワー数

450 件 (R 元年度調査) ⇒ 468 件 (R 2 年度調査)

2 地域の推進体制確立事業

予算額 24,829 千円

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 14,908 千円)

(1) 継続的なデータ整備と受入態勢づくり

予算額 16,627 千円

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 11,235 千円)

旅行者のニーズにあった商品開発や受入態勢整備のため、継続的なデータ調査・分析を行い、PDCAを確実に運用します。

また、10 市町村の広報紙を活用するなどして観光地域づくりの機運を醸成し、観光ガイド等の人材を育成・確保するとともに、地域内での 2 次交通アクセスの充実や広域での他地域との連携などにより受入態勢を向上させます。

併せて、観光庁のDMO登録に向けて、本協議会の法人化に取り組みます。

[主な取組]

ア PDCA運用基礎データの収集分析

予算額 5,416 千円

- ・全宿泊施設を対象に都道府県別・国別の宿泊者数を調査するとともに、主要な宿泊施設において宿泊者にアンケートを行い、国内・国外別の宿泊者の観光消費額のほか、「旅行者満足度」、「旅行者リピーター率」等を把握します。また、日帰者についても観光消費額等を把握するため、主要な物販施設において日帰者にアンケートを行います。
- ・地域住民の「誇りと愛着」や「傘ブランドの認知度」、「来訪推奨度」等を把握するため、主要な物販施設において地域住民にアンケートを行います。
- ・日帰者数を把握するため、年間利用者が 1 万人以上の拠点観光施設において利用者にアンケートを行い、地域住民、宿泊者、日帰者の別や他施設の利用状況等を調査します。併せて、当該施設の改善に役立てるため、設備や接遇等に関する利用者の評価を尋ね、施設管理者に還元します。
- ・訪日外国人を含む旅行者の地域内における移動の実態を把握するため、青井阿蘇神社ほか 5 か所にビーコン端末を設置し、ビーコン端末間の周遊状況を調査します。併せて、商品開発や誘客に役立てるため、旅行者のWi-Fiによるアクセス情報（旅行者数、居住地、性別、年齢層等）を把握します。

- ・事業企画や組織運営に反映させるため、独自に収集したデータに加え、観光庁や熊本県の統計等も集約して分析を行い、公式サイト「人吉球磨ガイド」会員専用ページに掲載し共有化を図ります。また、観光地域づくりに係る取組みの成果が地域住民に実感されるよう、市町村広報紙を活用するなどして広く提供します。

イ 機運醸成と人材育成

予算額 1,985 千円

- ・地域住民誰もが観光ガイドというオール人吉球磨でのおもてなしを目指して、観光地域づくりの機運を醸成するため、10 市町村の広報誌を活用して観光地域づくりの取組みを積極的に紹介します。また、地域住民を対象とした第 4 回観光地域づくりフォーラムやセミナーを開催するとともに、関係事業者を対象とした各種研修会等を行います。
- ・観光地域づくりの中核的な人材を育成するため、観光ガイド・フットパス団体等を対象として傘ブランドを学び、新しい体験交流プログラムを企画提案する研修会を開催します。また、体験交流プログラムを案内する地域住民を登録・紹介する「(仮称) マイスターガイド」制度を創設します。

ウ 受入態勢づくり

予算額 9,226 千円

- ・個人や少人数のグループの旅行者が増える中、旅行者が地域内をスムーズに周遊できるよう、2 次交通アクセスの充実に取り組み、交通の横軸である JR 肥薩線及びくま川鉄道の主要な駅周辺に電動アシスト付きレンタサイクル自転車を配備します。また、令和元年度から試行しているレンタサイクル自転車の乗り捨てサービスを継続します。
- ・主に個人や少人数のグループの旅行者を対象として、地域内の周遊を促進するため、音声ガイドシステムを導入し、旅行者がテーマやコースに沿って散策する際、観光スポットに近づくと、GPS 位置情報を利用して音声データが再生され、あたかも同伴する観光ガイドが語りかけるような日本語音声ガイドサービスを提供します。
- ・着地型旅行商品を開発・販売し来訪する旅行者の増加につなげるため、地域内の観光協会・事業者等とのネットワークを活かし、地域連携 DMO として旅行業者からの要望にワンストップで対応する旅行サービス手配業（ランドオペレーター業務）を試行します。また、着地型旅行商品の開発・販売及び旅行サービスの手配の試行に当たっては、旅行業者を講師として観光協会・事業者等との研修会を開催しノウハウを習得します。
- ・旅行サービス手配業の本格実施に向けて、旅行サービス手配業及び旅行業への登録を検討します。併せて、宿泊や体験交流プログラムの予

約から決済まで管理・販売ができるシステム導入を検討し、公式サイト
の改修等必要な準備を行います。

- ・熊本県観光連盟、くまもと県南広域観光連携推進会議及びくまもと県
南フードバレー推進協議会等と連携し、広域観光の推進により国内・
国外からの誘客及びブランド商品等の開発支援に取り組みます。また、
熊本県観光連盟に加え鹿児島県観光連盟と密に連携していくため、両
連盟への加入を検討します。

[主な事業K P I]

- ① 地域住民の来訪推奨度
※R 2 年度から独自調査を実施
- ② 旅行者の周遊度
※R 2 年度から独自調査を実施
- ③ レンタサイクルの利用台数
1 1 0 台／月（R 2 年度）
- ④ 音声ガイドの利用台数
4 5 台／月（R 2 年度）

(2) 一般管理費 予算額 8,202 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 3,673 千円)

3 緊急対策事業 予算額 3,000 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 0 千円)

[主な取組]

新型コロナウイルス感染症の拡大が地域経済に与える影響を緩和させ
るための緊急対策として、人吉球磨の飲食店（宿泊施設を含む）で使用で
きるプレミアム付商品券を発行します。

Ⅲ 会議の開催

- 1 理事会
年 4 回（5 月下旬、8 月下旬、1 1 月下旬、3 月下旬）
- 2 会員総会（観光地域づくりフォーラムと併催）
年 1 回（5 月）

令和2年度 収支予算

【収入】

(単位 円)

項	目	前年度予算額	本年度予算額	増 減	備 考
負担金		7,640,000	58,848,000	51,208,000	
	協議会負担金（市町村）	7,400,000	58,608,000	51,208,000	地方創生推進交付金
	協議会負担金（民間）	240,000	240,000	0	6 団体
	事業参加負担金	0	0	0	
補助金		29,000,000	21,419,000	△ 7,581,000	
	広域行政組合	19,000,000	13,746,000	△ 5,254,000	ふるさと市町村圏基金
	県	10,000,000	7,673,000	△ 2,327,000	広域連携プロジェクト推進補助金
委託料	熊本県観光連盟	0	0	0	
協賛金	人吉温泉旅館組合	1,000,000	0	△ 1,000,000	
	自主財源事業	0	500,000		レンタサイクル等
	雑収入	3,141,000	200,000	△ 2,941,000	グッズ販売等
	繰越金	9,980,000	18,400,526	8,420,526	
	計	50,761,000	99,367,526	48,606,526	

【支出】

(単位 円)

項	目	前年度予算額	本年度予算額	増 減	備 考
地域の稼ぐ力強化事業		39,000,000	55,729,000	16,729,000	
	魅力ある商品開発事業	20,000,000	21,553,000	1,553,000	
	国内誘客促進事業	9,500,000	15,275,000	5,775,000	
	国外誘客拡大事業	4,000,000	13,063,000	9,063,000	
	デジタルプロモーション事業	5,500,000	5,838,000	338,000	
地域確立の事業推進体		11,000,000	24,829,000	13,829,000	
	データ整備及び受入態勢づくり事業	9,000,000	16,627,000	7,627,000	
	一般管理費	2,000,000	8,202,000	6,202,000	
	緊急対策事業	0	3,000,000	3,000,000	
	予 備 費	761,000	15,809,526	15,048,526	
	計	50,761,000	99,367,526	48,606,526	